

## **РЕШЕНИЕ**

**№ 86 на ЕК от 19.01.2012 (Жалба относно телевизионна реклама на „Булсатком” АД)**

*София, 19.01. 2012 година*

Етичната комисия към Националния съвет за саморегулация (НСС) в закрито заседание на деветнадесети януари две хиляди и дванадесета година в състав:

**Председател:** Гриша Камбуров

**Членове:** Виолета Манолова  
Емилия Клайн  
Емилиян Арnaudов  
Мехти Меликов  
Румяна Карлова  
Жанет Захариева  
Мелания Рашева  
Мария Гергова  
Деница Сачева

и с участието на секретар Ели Михайлова, изслуша докладваната от Василиса Младенова преписка, образувана по Жалба № 212 от 04.01.2012 г., относно телевизионна реклама на „Булсатком” АД.

### **Жалба**

На 04.01.2012 г. в НСС постъпва жалба от С.Д. от гр.София, регистрирана под № 212, относно телевизионна реклама на „Булсатком” АД, определена като заблуждаваща и липса на социална отговорност. В жалбата се казва, че Булсатком рекламира пакет цифрова телевизия и интернет на стойност 13,80 (тринадесет и 0,80) лева. В рекламния клип има млада жена, облечена в празничен коледен костюм, която говори за Коледа и рекламирания продукт. В клипа също така е поместен текст с бели букви и размер, който по никакъв начин не може да бъде разчетен от зрителя. Също така е включен текст под линия, който подобно на първия, не може да бъде разкодиран – много малък шрифт и висока скорост на представяне на съобщението.

Информацията в рекламата, поднесена във формата на текст, не може да бъде прочетена и разбрана от зрителите и евентуални потребители. Това може да въведе зрителите в заблуда. Оказва се, че след като проведен разговор по телефона с представител на информационния отдел на компанията, към сумата от 13,80 лева на месец, която се посочва в рекламата, се прибавят допълнителни разходи: 38 (тридесет и осем) лева при еднократно включване към системата на Булсатком, 3 (три) лева за монтаж на техниката, месечната такса е с 1 (един) лев

по-малко – 12,80 (дванадесет и 0,80) лева на месец (защото има промоция от януари месец), а срокът на договора е осемнадесет месеца. Важна допълнителна информация, която може би е посочена в рекламния клип, но невъзможността да се прочете текста в нея, я обезсмисля. Жалбоподателят не е представил доказателства, но се е позовал на следните текстове от Етичния кодекс:

Чл. 1.2. Всяка търговска комуникация трябва да бъде съобразена със закона, благоприлична, почтена, честна и правдива.

Чл. 3.2. Съответните фактори, които е вероятно да повлияят върху решенията на потребителите, трябва да бъдат комуникирани по такъв начин и в такъв момент, че потребителите да имат възможност да ги вземат предвид.

Чл. 3.3. Когато се предава информация под линия, тя трябва да бъде достатъчно видима, четлива, с адекватен размер на шрифта и с достатъчна продължителност, позволяваща да бъде прочетена и взета предвид.

Чл. 5.1. Търговската комуникация трябва да бъде правдива и да не въвежда в заблуждение.

Чл. 5.5. Търговската комуникация не трябва да съдържа никакви твърдения или аудио или визуално представяне, които пряко или косвено, вкл. чрез неверни сведения или чрез изопачаване на факти, съзнателно премълчаване, неточност, двусмисленост, преувеличение и пр. е вероятно да заблудят или подвеждат потребителя, и по-специално, но не само по отношение на:

б) стойността на продукта и крайната цена, която потребителят трябва да заплати;

Чл.22.5. Издатели, собственици на медии или изпълнители, които публикуват, предават или разпространяват търговска комуникация, трябва да обръщат необходимото внимание при приемането на маркетинговите послания и при тяхното представяне на обществеността.

## **Процедура**

Жалбата от от С.Д. от гр.София, регистрирана под № 212, относно телевизионна реклама на „Булсатком” АД, е допустима по смисъла на Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

На 04.01.2012 г. е открита процедура, регистрирана под № 112. На същата дата е поискано становище от ответната страна – „Булсатком” АД, което постъпва в НСС на 09.01.2012 г.

## **Становище на ответната страна**

Становището е подписано от Пламен Иванов Генчев, Изпълнителен Директор, представляващ „БУЛСАТКОМ” АД. В становището си ответната страна се противопоставя на жалбата, като посочва, че в рекламния клип няма протичащ текст (скрол), текстът е единствено статичен, появява се след изтичане на част от клипа и остава достатъчно дълго време на екран, непроменен до края на рекламата. Ответната страна счита, че поради неверността на твърдението за протичащия текст, отпада в голяма степен твърдението за невъзможността за възприемане на текста.

Ответната страна твърди, че при изготвянето на рекламния клип са се ръководили от следните актове: Препоръките на НСС относно текстовете под линия, Обединения кодекс на Международната търговска камера (МТК) и по-специално Раздел II, глава А, „Промоционална продажба“, Закона за защита на потребителите, Закона за защита на конкуренцията,

законодателството на ЕС в областта (Директива 84/450/ЕИО, Директива 2005/29/ЕО, Директива 2006/114/ЕО).

При тълкуването на Етичния кодекс, ответната страна твърди, че се е ръководил и от препоръките на Комитета по рекламните практики на Обединеното Кралство (Committee of Advertising Practice – CAP), и по-специално Указание за реклама №1 – Текст на екран и под линия в телевизионните реклами.

В становището си ответната страна прави подробно тълкуване на препоръките на НСС, относно годността на възприемане на текста от потребителя и размера на шрифта, а именно:

-текстът е изписан с ясен и достатъчно голям по-размер шрифт (размерът и името на шрифта на се споменават, бел, докл.);

-текстът остава на екрана достатъчно дълго време за възприемането му в цялост;

-текстът не противоречи на звуковата част от рекламния клип;

-текстът е кратък, без употреба на специфични термини

и счита, че рекламният клип отговаря на изискванията на т.3 Количество и комуникативност на текста и т.9.1 „разбираемост“ от указанията на CAP.

Ответната страна коментира, че макар НСС да е посочила изисквания за минимален шрифт, според указанията на CAP понастоящем липсва „общоприет стандарт за измерване размера на шрифта“, и че има повече от един начин за определяне на височината на редовете, и заключава, че размерът на шрифта не е точна величина. Към този извод се добавят разсъждения върху допълнителни фактори, които влияят върху възприятието на размера на шрифта и разбираемостта му за зрителя, като скоростта и начина на излъчване на сигнала, битрейта на програмата, приемника на зрителя и др. В заключение към тази част, се казва, че дори да се допусне предположението, че рекламният клип достигне до зрителя с леко влошено качество, то целият текст на рекламната, ще е изцяло годен за възприемане от зрителя.

Ответната страна се позовава на решение №77 на ЕК от 08.12.2011г., където изтъква, че комисията не е подходила формално, а е оценила цялостния визуален ефект и е преценила, че текстът е четим. Ответната страна е напълно съгласна с решението на ЕК, като прави съпоставка с Булсатком и смята, че подобен извод следва да бъде наложен и в този случай.

Ответната страна обръща внимание на наличието на допълнителен елемент в рекламната, а именно знака „\*“, изписан със същия голям размер като цената, и допълва, че този знак се възприема и тълкува от зрителя по един единствен начин, а именно, наличието на допълнителни условия спрямо обозначения параметър – цената на услугата.

В следващите няколко страници, ответната страна се впуска в разсъждения за това, как към днешна дата, потребителят е достатъчно добре запознат, че трябва да потърси подробности за всяка рекламирана оферта, и че всеки договор съдържа в себе си подробно описани условия. Страната привежда в своя защита, няколко решения на КЗК.

## **Решение**

Етичната комисия намира жалбата за основателна по отношение на нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

## **Мотиви**

Етичната комисия е на мнение, че процесната търговска комуникация не е в нарушение на чл.1.2, чл.3.2, чл.5.1, чл.5.5, буква „б“ и чл.22.5, но е в нарушение на чл.3.3 от Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

Един телевизионен екран се състои от 405 линии. Според препоръките на НСС, 14-16 линии са приблизително 4% от тв екрана. Таблицата, посочена в <http://www.getallfix.com/2011/11/convert-empxpt-and-in-css/> се използва за обръщане на пунктове (font size) в пиксели, т.е., за да бъде спазена препоръката на НСС, пунктът на шрифта следва да бъде минимум 10.

Действително няма обективен начин да са замери височината на шрифта на око.

Информация за големината или пнукта на шрифта може да се получи единствено от студиото, което е слагало текста под линия.

В рекламния клип цената е ясно маркирана с асетрикс \* със същата големина на шрифта, и нееднозначно информира, че има допълнителни условия.

Текстът под линия, от своя страна не съдържа скрити условия, а информира, къде може да бъде набавена пълната информация – на сайта на Булсатком, и в брошурите. Към 2012 г., средностатистическият потребител притежава достатъчно познания за това къде може да получи допълнително информация, в случай, че ясно е алармиран от рекламодателя, за това, че офертата съдържа такива.

Текстът е под 14 -16 линии, текстът е нечетим и вероятно е не-повече от 6 пункта (експертна оценка), или 8 линии, което е доста под препоръките на НСС, т.е., има нарушение по чл. 3.3., в частта си адекватен размер на шрифта.

Следва да се отбележи, че както рекламата, така и становището на Булсатком е направено с отговорност и добросъвестност. По всичко личи, че целта на Булсатком не е била да въведе потребителя в заблуда. Но е допусната техническа грешка по отношение на големината на шрифта.

Етичната комисия препоръчва на «Булсатком» АД да спазва Препоръките на Етичната комисия относно текстовете под линия.

Съгласно чл.17.5 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, решението заедно с мотивите следва да се изпрати на заинтересованите страни.

Решението подлежи на обжалване при реда и условията на чл.18.1 от Правилника за приложение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България.

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ЕТИЧНАТА КОМИСИЯ:

(п) Гриша Камбуров

**ПРИЛОЖЕНИЕ:**

<http://youtu.be/uR4zSNfGdKg>